



Das Pushbikers-Straßenradteam musste sich während der Corona-Krise ohne Aussicht auf Wettkämpfe fit halten. Rennstallbetreiber Christian Grasmann fährt im Auto vorweg.

Bahnradfahrer sind schnell. Ohne Gangschaltung, ohne Bremsen heizen sie mit bis zu siebzig Kilometern in der Stunde über die Bahn. Damit das zu keiner Karabollage führt, müssen sie ständig beachten, was um sie herum passiert. Christian Grasmann ist, auch wenn er seine Profikarriere vor über einem Jahr beendet hat, noch immer Bahnradfahrer: stets in Bewegung, ständig im Austausch.

Christian Grasmann ist gelernter Logistiker, er war professioneller Bahnradfahrer, er hat einen Verein gegründet, ist Teamchef und als Unternehmer immer erfolgreich. Gemeinsam mit seinen Mitstreitern hat er einen der größten Radsport-Nachwuchsvereine in Deutschland und ein professionelles Fahrradteam aufgebaut. Er will dass seine Heimatregion zu einem der Zentren des deutschen Radsports wird. Wenn es etwas gibt, das ihm nicht gefällt, ändert er es.

An einem warmen Februarmorgen stehen wir auf einem Hof in Holzkirchen, einem kleinen Ort in S-Bahn-Entfernung von München, Grasmanns Heimatort und das Herz des Pushbikers-Universums. Die Maloja-Pushbikers sind das Radteam, das er vor einigen Jahren gegründet hat und für das er bis zum Ende seiner Radkarriere im März 2019 selbst gefahren ist. Seine Doppelfunktion hat das Team geprägt, bis ins Kleinste. Denn Grasmann kennt die Seite der Sportler, aber auch die des Teamchefs, der dafür sorgen muss, dass alles funktioniert, dass die Ausstattung stimmt, dass Geld da ist. Es war ein sanfter Übergang ins Unternehmertum.

Grasmann muss sein Team und dessen Look verkaufen, und das tut er unter anderem hier, in Holzkirchen. Neben dem Lagerraum und der Fahrradwerkstatt auf dem Hof gibt es ein Geschäft mit Fahrrädern, Radbekleidung und Zubehör. Von den Wänden lachen junge Radfahrerinnen und Radfahrer, so dass Kunden den Eindruck gewinnen: Wenn ich hier ein Trikot kaufe, sehe ich aus wie die.

Genau wie sein Besitzer hat der Laden aber nicht nur eine Funktion, sondern ist Büro, Café, Treffpunkt. Die zwei Räume haben einen abgeschrammelten Vintage-Charme, es gibt guten Cappuccino, auf dem Tisch stehen Blumen. Grasmann hat es gerne gemütlich, er achtet auf Details und auf Design. Auf der Internetseite des Teams fahren durchgestylte Radfahrer durch die Berge. Gleich daneben strampeln kleine gezeichnete Sportler über den Bildschirm. Die Einrichtung des Ladens hätten sie größtenteils geschenkt bekommen, sagt Grasmann, trotzdem passt alles so gut zusammen, als folgten auch diese Zufälle einem Plan. Es stört ihn, wenn der Müll zu voll ist oder Blumen fehlen: „Manchmal ist es anstrengend, auch das noch im Auge zu behalten. Ich frage die Jungs dann: Fällt euch das nicht auf?“

Die Jungs, dazu gehören die Fahrer der Pushbikers. Alle seine Mitarbeiter hätten einen Sporthintergrund, sagt Grasmann, weil Sportler die Produkte besser vermitteln könnten, zuverlässig seien und ihre Arbeit gut machten: „Ein Sportler würde nie nur vier Kniebeugen machen. Der macht immer auch die fünfte. Es ist gut, wenn man lernt, Dinge zu beenden, und Athleten sind so.“ Da lasse niemand alles liegen, nur weil die Arbeit aus sei.

Die vergangenen Wochen waren, wie jedes Jahr vor Saisonstart, besonders stressig. Bevor die Fahrer auf die ersten Rennen fahren, präsentieren sie ihre neu-

Selbst um Blumen kümmert er sich

Christian Grasmann hat sich vom Radfahrer zum unabhängigen Radunternehmer gemausert. Besichtigung eines Mikrokosmos

Von Anna Vollmer und Jan Roeder (Fotos)



Als sich sein alter Verein gegen sein Design entschied, gründete Grasmann einfach einen neuen.

en Trikots. Irgendeine Panne gebe es durchschnittlich einmal im Jahr. Wenn ein Teil der Ausstattung zu spät kommt, weil es Lieferschwierigkeiten gibt oder Ware im Zoll festhängt, wird es eng. Dann muss „Seb“, sein südafrikanischer Teammechaniker, der die Räder zusammenbaut, Nachtschichten einlegen: „Der arbeitet dann so, dass wir ihm das Essen bringen. Genau deshalb brauche ich Mitarbeiter, die entspannt sind“, sagt er. Solche, die auch bei hektik ruhig bleiben.

Dass sich Grasmann auf die Unterstützung seines Teams verlassen kann, zeigte sich im vergangenen März. Beim letzten Rennen seiner Karriere kam es zu einem Massensturz, er musste operiert werden und konnte sich monatelang schlecht bewegen. Dass er sich mit den Pushbikers eine zweite Karriere aufgebaut hatte, kam ihm zugute. Das Team und seine Partnerin Anne, eine promovierte Kunsthistorikerin, die sich um die Pressearbeit kümmert, bauten den Fahrradladen nach Grasmanns Vorstellungen aus.

Er sei im Gegenzug auch dafür da, den Fahrern wirtschaftliche Perspektiven aufzuzeigen. „Die allerwenigsten können vom Radsport leben. Man braucht ein zweites Standbein“, sagt er. Hannes Göckl, einer seiner Mitarbeiter, ist ein gutes Beispiel: Auch er liebt das Radfahren. Trotzdem war ihm klar, dass es zu einer

professionellen Karriere nie reichen würde. Bei den Pushbikers bleibt er dem Sport verbunden. Irgendwann soll Göckl Laden und Team übernehmen.

Wer einige Stunden mit Grasmann verbringt, lernt einen großen Teil seines Mikrokosmos kennen: Während wir im Laden sitzen und reden, schneit ein alter Freund Grasmanns rein und verliebt sich in ein knalloranges Fahrrad. Sie scherzen, unterhalten sich über einen legendären Wirt aus dem Umland. Der Freund sei auf Heimatbesuch, sagt Grasmann, leite eigentlich eine Filiale der Restaurantkette L'Osteria in Karlsruhe. „Ich bin hier der Hauptsponsor!“, sagt er augenzwinkernd. L'Osteria ist einer der Sponsoren der Maloja Pushbikers.

Die Finanzierung des Teams folgt einer eigenen Logik: Grasmann geht es nicht darum, Sponsoren zu finden, die nur Geld in sein Team pumpen, die Chemie müsse stimmen, sagt er. Wenn ein Sponsor anders tickte, man sich gegenseitig nicht gut fände und voller Überzeugung unterstützte, wäre eine Zusammenarbeit schwierig: „Wir sind niemand, der plakativ die Kaffeetasche in die Kamera hält. Wenn das die Bedingung ist, dann klappt es nicht.“ Die Fi-

nanzen des Teams sind eng kalkuliert. Fehlt etwas, weil ein Sponsor nicht liefert, muss Grasmann Ersatz besorgen. Und der muss bezahlt werden. In diesem Jahr kam zwei Wochen vor der Teamlogge, der offiziellen Vorstellung für die anstehende Saison, die Nachricht: Die Schaltgruppen werden nicht geliefert. Wären andere Sponsoren nicht finanziell eingespungen, hätten die Pushbikers nicht losfahren können. Beziehungspflege, die sich irgendwann auszahlt.

Mit der Radbekleidungs-Marke Maloja, für die Grasmann drei Tage in der Woche in der Entwicklung arbeitet, verbindet ihn eine jahrelange Zusammenarbeit. Ihre Unternehmensphilosophie sagt ihm zu. Die Mitarbeiter pflegen einen freundschaftlichen Umgang, mittags wird gemeinsam gegessen. Wir fahren mit Grasmanns Auto, einem Oldtimer, zu Maloja. Der Wagen, sagt er lachend, sei nicht immer zuverlässig, dafür aber umso schöner. Manchmal, sagt er, nehme er auch das Rad. Sechzig Kilometer durch das Voralpenland. *One way*.

Während wir im Auto sitzen, ruft immer mal wieder jemand an. Grasmann ist sofort mitten im Gespräch. Seine große Stärke liegt in seiner Fähigkeit, sich zu vernetzen, seine Beziehungen zu pflegen. Und gleichzeitig, wenn es um Entscheidungen geht, bestimmt zu sein, den Überblick zu behalten. Er weiß, dass es ohne

Hilfe nicht geht. Erzählt er von seinen Projekten, fallen ständig neue Namen. Von Freunden, Wegbegleitern und Kollegen, mit denen er zusammenarbeitet, die ihn gefördert oder ihm geholfen haben.

Als Jugendlicher hat er beschlossen, dass er Radfahrer sein wollte. Auch damals war er auf die Hilfe anderer angewiesen. Und auf seine eigene Sturheit. Seine Eltern interessierten sich nicht für Radsport und sahen nicht ein, warum der Junge ein teures Fahrrad brauche. Also fälschte er die Unterschrift seiner Mutter, plünderte sein Sparbuch und kaufte sich einen Fahrradrahmen. Einen von Martinello, so etwas vergesse man nicht.

Später fuhr Grasmann für einen Verein, dessen Trikot ihm nicht gefiel. Blau-Gelb und, wie er und seine Mitstreiter fanden, viel zu konservativ für junge Fahrer. Er dachte sich: Das kann man doch besser machen! Und klopfte bei Maloja an: Könnt ihr mir nicht ein schönes Trikot designen? Sie konnten. Und so sprach Grasmann mit Sponsoren, ließ deren Logos auf das neue Trikot drucken. Vielleicht beantwortet sich die Frage, wie man vom Sportler zum Unternehmer wird, im Fall Christian Grasmanns auch ganz einfach: Ein bisschen Unternehmer war er immer schon. „Ich war damals so Anfang, Mitte zwanzig. Und da hat man ja keine Ahnung wie man mit irgendjemandem in einer Bank am besten kommuniziert.“ Es klappte aber, die Sponsoren sagten zu und waren vom Ergebnis begeistert. Der Verein eher weniger: „Diese Vereinsnutzung!“, erzählt Grasmann. „Da saßen dann diese – aus meiner damaligen Sicht – alten Herren, fünfzig bis fünfundsiebzig, stereotyp konservativ wie der Radsport.“ Und die sagten: „Kommt nicht in Frage, wir sind doch kein Mountainbike-Verein!“ Weil er den Sponsoren nicht absagen wollte, gründete Grasmann stattdessen einfach seinen eigenen Verein.

Inzwischen ist der RSV Irschenberg einer der erfolgreichsten deutschen Nachwuchsvereine. Von den etwa dreihundert Mitgliedern haben rund hundert eine Lizenz, um an Radrennen teilzunehmen. Wenn die Fahrer über neunzehn sind und eine Perspektive im Radsport haben, können sie zu den Pushbikers wechseln, zu denen Bahnradfahrer, ein Männer- und ein Frauenstraßenteam und inzwischen ein Mountainbiketeam gehören. Den Nachwuchs hat er sich gesichert.

Bei unserem Treffen im Februar versprechen sich die Pushbikers eine erfolgreiche Rennsaison. Wir verabreden uns für den 1. Mai, das große Radrennen in Eschborn. Fast überflüssig zu erwähnen, dass wegen der Corona-Pandemie keine Radrennen mehr stattfinden und die Pushbikers, wie alle Profisportler, lahmgelegt sind. Immerhin warten sie gemeinsam, bis das Treffen zum Sommeranfang dann doch stattfindet: Ein paar Fahrer, alle um die zwanzig, wohnen in einer Wohngemeinschaft in Bad Tölz. Die kleine Dachwohnung ist aufgeräumt, an den Wänden hängen Fotos des Teams in Maloja-Kluft. Auch hier stehen, eher ungewöhnlich für eine WG, Blumen auf dem Tisch. Mitbringsel von Frauenbesuchen, witzeln die Bewohner. Vielleicht haben sie sich die Deko aber auch einfach bei ihrem Teamchef abgeschaut.

Das entscheidende Kriterium, um ein Pushbiker zu werden, sei die Frage, ob ein Fahrer ins Team passe. Die Pushbikers sind ein Continental Team, Profibereich also, aber noch unter der Tour de France. Sie sind junge Fahrer, die vielleicht einmal groß werden, es aber noch nicht sind.

Grasmann sagt: „Wenn man keinen herausragenden Fahrer hat, dann braucht man ein super Team.“ Der Sieg des Einzelnen solle nicht im Vordergrund stehen, „man muss mehr können, als nur treten“. Um diesen Teamgeist aufzubauen und den Fahrern eine Struktur zu geben, sollen sie möglichst zusammenbleiben. Sich während der Corona-Zeit ohne Wettkämpfe zu motivieren, fällt deutlich leichter, wenn man nicht allein ist.

Deshalb nun also Training. Siebzig Kilometer in gemächlichem Tempo. Grüne Trikots, grüne Wiesen, weiter unten glitzert der Tegernsee. Die Pushbikers strampeln durch die Heimatfilmromantik. Wir hinterher, nicht auf dem Fahrrad, sondern im Teamfahrzeug der Pushbikers, auf dessen Seiten man lesen kann, wer hier radelt. Ein paar Leute am Wegrand schauen den Fahrern hinterher, doch eigentlich, sagt Grasmann, kenne man das Team hier längst.

Er trifft, wie immer, auch ein paar Leute: An einer Kreuzung begegnet uns ein Bekannter, der seine Kurzarbeit für eine ausgiebige Radtour nutzt. „Magst du mitfahren?“, fragt Grasmann und lacht. Der Bekannte, schon seit Stunden unterwegs, fährt aber lieber nach Hause. Die Pushbikers bleiben unter sich. Dicht an dicht, Schenkel an Schenkel. Heute begleitet sie ein Fotograf. Grasmann glaubt, dass man Radsport heute über klassisches Marketing nicht mehr vermarkten kann: „Es reicht nicht, ein Logo auf die Brust zu drucken. Man muss Geschichten erzählen, um auch die zu begeistern, die mit Radfahren bisher nichts am Hut hatten.“

Diese Geschichten erzählen die Pushbikers durch hochwertige Fotos und Videos, durch Aktionen und Events. Weil man Sponsoren wenig Fernsehzeit bieten könne, müsse man innovative Wege finden, um das Image zu verkaufen, sagt er. „Aber wir wollten auch nicht nur durch Social-Media-Kanäle ködern, können wir auch nicht, denn das habe ich einfach verpennt.“ Man könnte meinen, jemand, der so viel kommuniziert, so viel Wert auf Design und gute Fotos legt wie Grasmann, müsse ein Fan sozialer Medien sein. Aber: „Lasst mich mit dem Schmarrn in Ruhe!“, sagt Grasmann mit bayrischem R, wenn das Gespräch auf Instagram-Stories kommt. Gleichzeitig weiß er aber auch: „Das Internet kann ich nicht mehr löschen. Das ist einfach da.“ Die Pushbikers sind also auf Instagram, denn potentielle Sponsoren machen ihre Unterstützung auch an Followern fest. Sie fragen nach, wenn ein Unternehmen nicht genug Likes bekommt. Trotzdem ist es Grasmann wichtig, auf Instagram oder Tiktok nur das zu zeigen, wovon er tatsächlich steht. Kürzlich haben sie, auch angeregt durch die Corona-Krise, eine Pendlers-Challenge über die Internet-Plattform Strava gestartet. Möglichst viele sollen mit dem Rad zur Arbeit fahren, für die Umwelt und für sich.

Grasmann will langfristig ein bisschen weniger schnell werden. Denn Geld, sagt er, brauche er ohnehin nicht viel, eher ein bisschen mehr Ruhe. Nach einem Fotoshooting im Taunus für die neuen Maloja-Trikots sagt er am Telefon, die Tage seien wie Urlaub gewesen. Keine E-Mails beantworten, keine Organisation. Auch deshalb wolle er vieles irgendwann abgeben. Dass Grasmann die Füße hochlegt, kann man sich aber schlecht vorstellen.

Mehr Bilder und ein Video sehen Sie unter faz.net/pushbikers.